

標普全球臺灣製造業 PMI®

10月 PMI 寫 2009 年 1 月以來最低

要點歸納

產量與新增訂單大減，跌速亦見加快

悲觀情緒升至歷年次高

投入成本與出廠價格皆跌

臺灣製造業 Q4 開季的景氣概況再呈下滑態勢。廠商表示，由於本土及外銷需求同時走疲，因此新增訂單與生產出現銳減，而兩者的緊縮速度都比上月加快。新增業務減少，促使企業繼續大手清理積壓，並以 2009 年 1 月以來最快的速度縮減採購。對於後續營運，業者進一步展望緊縮，悲觀情緒升至歷年次高，僅優於 2020 年 4 月的大流行高峰期。

隨着原物料價格鬆動，廠商的投入成本再度下降；而為提振買氣，業者繼續調降出廠價格。

標普全球臺灣製造業 10 月採購經理人指數 (PMI®) 經季節調整後，由上月的 42.2 跌至 Q4 開季的 41.5，反映景氣持續 5 個月下行，為 2009 年 1 月以來最低，顯示總體概況急速轉弱。

10 月景氣下滑，主因是客戶需求疲軟，臺灣企業新接的訂單量連 6 月緊縮，跌幅明顯，也比上月加快，為 2020 年 5 月以來最深。海外市場方面，業者透露全球需求疲軟，尤其是亞洲及歐美市場，因此出口訂單大減。

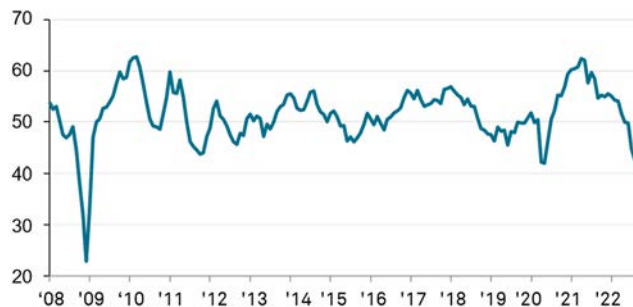
有鑑於此，廠商連 7 月減產，跌幅偏於明顯，緊縮速度為 2020 年 4 月以來最快，屬歷年 (18 年半) 高點之一，與總體訂單的跌勢一致。

由於生產與新增訂單持續萎縮，因此臺灣製造商減購投入品，緊縮速度更呈 2009 年 1 月以來最急，不少業者回報需求疲軟，影響接單成長。企業持有的投入品庫存也大幅減少，但去化速度較上月趨緩。

(續下頁)

標普全球臺灣製造業 PMI

>50 = 較上月好轉 (經季節調整)



資料來源：標普全球

調查數據於 2022 年 10 月 12 - 21 日收集

點評

關於最新調查結果，標普全球市場財智經濟學家 Shreeya Patel 表示：

「10 月 PMI 下滑至 2009 金融危機以來最低，Q4 接力反映臺灣製造業繼續面對窘境。

本土與外銷市場走疲，造成企業新接的訂單量創 2020 年 5 月大流行初爆以來的最大跌幅，直接拖累 PMI 指數往下走。廠商因此連續第七個月減產，並進一步看淡後續的營運前景，悲觀情緒升至歷年次高。與此同時，業者減購投入品，而且小幅擴充人力。

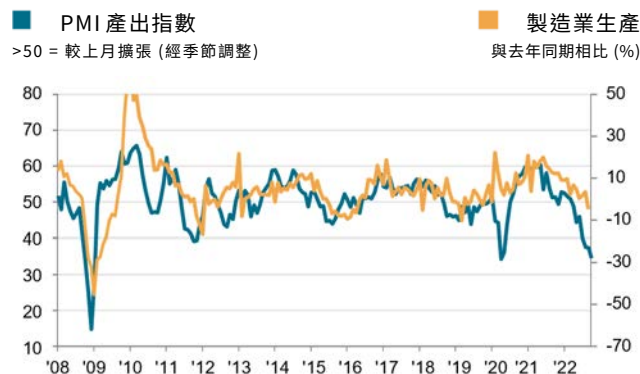
業者表示原物料成本出現回檔走勢，因此價格走跌透露了絲毫曙光。臺灣企業將省下的成本回饋客戶，以期爭取市場份額。

不過，臺灣經濟料於短期內仍受疲軟前景所干擾，因此預測 Q4 成長率放緩至 1.2%。」

雖然接單成長持續轉負，但企業連 6 月擴充人力，不過 10 月的成長率只屬小幅，為目前擴張期最低。在人力充裕的情況下，廠商不但能應付新接訂單，還有多餘產能清理手頭積壓，促使未完成的業務量銳減至 2009 年 1 月以來次低。

臺灣製造業的投入成本連 3 月下降，有別於先前 26 個月的漲勢。受訪業者透露，10 月的原物料價格比上月鬆動，但跌幅較上月趨緩，偏於溫和。綜合而言，廠商以減價形式，將省下的成本回饋客戶，不過整體幅度非常輕微。

10 月數據顯示，臺灣企業對後續營運愈益悲觀，負面情緒更觸及歷年次低，僅優於 2020 年 4 月的大流行高峰期。對此，廠商歸咎於需求疲軟，並擔憂全球經濟走向。



資料來源：標普全球、臺灣統計資訊網 (轉載自 Datastream)

聯絡方式

Annabel Fiddes
標普全球市場財智
經濟研究部副總監
電話：+44-1491-461-010
annabel.fiddes@spglobal.com

SungHa Park
標普全球市場財智
企業傳訊部
電話：+82 2 6001 3128
sungha.park@spglobal.com

倘閣下不欲收取來自 S&P Global 的新聞稿，請以電郵通知 katherine.smith@spglobal.com。有關我們的隱私政策，請查閱此處。

資料及展示方法

《標普全球臺灣製造業 PMI®》由 S&P Global 編製，資料源自調研樣本庫內約 400 家製造業廠商的採購主管每月填寫的問卷。該樣本庫根據產業對臺灣國內生產毛額 (GDP) 的影響，按具體產業和公司規模予以分層抽樣。有關數據於 2004 年 4 月開始收集。

調研問卷於每月下半月回收，根據問卷收集的回覆，計算當月相比上月的變化。每項調查指標，皆以擴散指數的形式計算。在每個單項指數中，選答「上升」的樣本比例，加上半數選答「相同」的樣本比例，兩者之和為該項指數值。指數值介於 0 與 100 之間：高於 50，表明相比上月總體上升；低於 50，表明總體下降。其後，指數值還將按季節因素進行調整。

當中最重要數據是「採購經理人指數 (PMI®)」。PMI 乃以下五個單項指數的加權平均值：新訂單 (30%)、產出 (25%)、就業 (20%)、供應商交期 (15%) 和採購庫存 (10%)。在 PMI 值計算中，供應商交期指數作反向計算，使其可比性與其他指標一致。

主要調查數據一經發布，將不再作任何修訂，但對於需要按季節調整的因素，則會按實際情況不時修正，因此按季節調整的系列數據可能會發生變化。

關於 PMI 調研方法的詳細資訊，敬請聯絡 economics@ihsmarkit.com。

聲明

本報告內有關數據之知識產權屬標普全球 (S&P Global) 所有或獲許使用。未經標普全球同意，不得以任何未經授權的形式 (包括但不僅限於複製、發布或傳輸等) 使用本報告中出現的資料。對於本文所包含的內容或資訊(「數據」)，或資料中的任何錯誤、偏頗、疏漏或延誤，或據此而採取之任何行動，標普全球概不負責。對於因使用本文資料而產生的任何特殊的、附帶的或相應的損失，標普全球概不負責。Purchasing Managers' Index™ 和 PMI® 是 Markit Economics Limited 之註冊商標，或 Markit Economics Limited 和/或其關聯公司獲許使用之商標。

本文內容由標普全球市場財智 (S&P Global Market Intelligence) 發布，並非由標普全球 (S&P Global) 另外管理之標普全球評級 (S&P Global Ratings) 發布。未經有關方面的書面同意，不得以任何形式複製本文中包括評級在內的任何訊息、數據或材料 (「內容」)。關於本文內容的準確性、充分性、完整性、適時性、可用性，以及無論出於任何原因而致之任何錯誤或遺漏 (不論疏忽與否)，或因使用本文內容而引發的任何後果，則有關方面、其關聯公司與供應商(「內容供應者」) 皆不能保證，也概不負責。關於使用本文任何內容的任何損壞、費用、開支、法律費用、損失 (包括收入損失、利潤損失，以及機會成本)，內容供應者一律概不負責。